



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Manipulacja w dyskursie politycznym

Author: Julia Ostapenko

Citation style: Ostapenko Julia. (2015). Manipulacja w dyskursie politycznym. W: I. Loewe, E. Tyc, A. Kalisz (red.), "Dyskurs autopromocyjny i jego współczesne odsłony. T. 1" (S. 29-38). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersytet ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Julia Ostapenko

Katowice

Manipulacja w dyskursie politycznym

Kiedy duch się chwieje, można dowolnym okrucieństwem
pochylić go w tę czy inną stronę

Publius Terentius Afer

Manipulacji poddawani jesteśmy codziennie, sami tego nie dostrzegając (albo nawet czasem świadomie); manipulują nami rodzice, dzieci, przyjaciele. Nie należy ich za to potępiać, ponieważ takimi samymi sposobami manipulujemy także i my nimi (o sposobach szerzej później). Dlaczego? Wyjaśnienie jest jedno: chcemy osiągnąć nasze cele. Przychodzi to nam z łatwością, gdyż znamy silne i słabe strony ludzi, którymi manipulujemy, ich charaktery, tak samo jak i oni znają nasze. Czasem nawet zdajemy sobie sprawę, że ktoś nami manipuluje — np. nasi bliscy, lecz z zadowoleniem czy bez niego, pozwalamy im na to. Do osiągnięcia tego celu wykorzystuje się łzy, krzyk, śmiech i tak dalej. Brak jednak słownych argumentów, ponieważ w nich nie ma emocji, a przez to nie ma manipulacji.

Manipulacja była, jest i będzie tak długo, jak będzie istniała ludzkość.

Psychologiczne mechanizmy wywierania wpływu na wyborców mogą być i są powszechnie wykorzystywane przez specjalistów od marketingu politycznego. Dysponują oni bogatym arsenalem technik i narzędzi perswazyjnych, które pozwalają im kształtować opinię publiczną i skutecznie promować swoich politycznych zleceniodawców. Z tej perspektywy widać, że wyborcy w znacznym stopniu nadal są spostrzegani niczym przedstawiany przez Le Bona „tłum”. Wydają się oni bezsilni wobec manipulatorskich inklinacji polityków.

CWALIŃ, FALKOWSKI, 2006: 589

Herbert Frank w książce *Człowiek, jakim manipulują* twierdzi, że „manipulacja nie tylko pobudza człowieka, który znajduje się pod takim działaniem, ale

powoduje to, że zachowuje się on tak, jak życzą sobie inni, ona zmusza go, aby chciał to zrobić” (za: КАРА-МУРЗА, 2000: 3¹). Natomiast Sergij Kara-Murza, rosyjski uczony i publicysta, w swojej publikacji *Manipulacja świadomością* napisał, że „manipulacja — to utajone działanie, fakt, który nie powinien być postrzegany jako obiekt manipulacji” (КАРА-МУРЗА, 2000: 3).

Zauważa to również G. Schiller, sądząc, że

aby osiągnąć sukces, manipulacja musi pozostawać niedostrzegalną. Zwycięstwo manipulacji jest gwarantowane wtedy, kiedy człowiek poddawany manipulacji wierzy, że wszystko to dzieje się naturalnie i nieuchronnie. Krótko mówiąc, manipulacja potrzebuje fałszywej rzeczywistości, w której jej obecność nie będzie odczuwana

КАРА-МУРЗА, 2000: 3

Gdy próba manipulacji wychodzi na jaw i staje się ona łatwa do rozszyfrowania, działanie to zazwyczaj nie powiedzie się, ponieważ zdemaskowanie sprawia manipulatorowi znaczne trudności. Rzetelniej ukrywa wtedy główny cel — tak, żeby nawet dostrzeżenie samej próby manipulacji nie doprowadziło do ujawnienia zamiarów. Ukrywanie informacji — to zasada konieczna. Ale jeśli mówimy o tekście politycznym w telewizji, to on tak samo jak i obraz telewizyjny wywołuje emocje.

Mówimy o tekstach agresywnego typu. To właśnie one zmuszają człowieka, by czuł się upokorzony, bezradny. Głównym celem takich tekstów jest wzbudzenie poczucia zagrożenia przez wroga, z którym należy walczyć. W takich tekstach zwykle znajdziemy wiele odwołań do ludzkiej fizjologii, dużo słów na temat przemocy. Często w tekstach typu agresywnego następuje zmiana dominanty emocjonalnej. Na początku nadawca tekstu stosuje generalnie słownictwo opisujące poziom strachu, beznadziei. Końcowa część tekstu ma wydźwięk pozytywny. Taki układ najczęściej jest stosowany w telewizyjnej reklamie politycznej.

Bazą materiałową niniejszego artykułu jest reklama polityczna (z okresu wyborów parlamentarnych na Ukrainie w 2012 roku).

Przez pięć lat przy władzy pomarańczowi nie spełnili swoich obietnic. Teraz oni obiecują to samo już w opozycji. Znow obiecują dobre emerytury, doprowadzając fundusz emerytalny do bankructwa. Chwaląc się tanim gazem, doprowadzili Ukrainę do gazowej niewoli na dziesięć lat. Oni nadal obiecują miejsca pracy dla każdego, a jednocześnie wysyłają siedem milionów Ukraińców do pracy za granicę. Za pomarańczowych życie było nieznośne. Zmarnowawszy pięć lat, oni znow obiecują złote góry, jakby nigdy nie byli przy władzy. Dość!²

Partia Regionów

¹ Jeśli nie zaznaczono inaczej, cytaty obcojęzyczne w tłumaczeniu autorki artykułu.

² Tekst z filmu zamieszczonego na stronie: <http://www.youtube.com/watch?v=Kad50fMbRLM> [data dostępu: 23.10.2013].

A oto inny przykład, na początku mamy pozytywny przekaz, a bliżej końca staje się on bardziej negatywny:

Nie wiedzieliśmy, co to jest zorganizowana przestępczość. Nasze prawo broniło interesów robotników. Dzisiaj Ukraina jest jednym z najbardziej skorumpowanych krajów świata. Jesteśmy pozbawieni praw i bezbronni. W kraju rozwijają się łapownictwo i korupcja. Skorumpowane sądy służą tylko bogatym. Nastal czas, by odrodzić sprawiedliwość. Państwo zwróćmy narodowi³

Komunistyczna Partia Ukrainy

Na ogromne znaczenie perswazji emocjonalnej uwagę zwrócili już sofisci, Cyцерon zaś napisał: „Kto tego nie przyzna, że spośród wszystkich zalet mówcy największa jest ta, by zapalił dusze słuchaczy i do tego je porwał, czego wymaga dana sprawa, kto tej zalety jest pozbawiony, temu brakuje tego, co jest najważniejsze” (CYCERON, 1960: 65). „Granie na uczuciach” eliminuje działanie intelektu, chłodnej, myślowej oceny prezentowanego komunikatu, pozwala panować nie tylko nad jednostkami, ale daje władzę nad tłumem.

Dla podniesienia atrakcyjności przekazu perswazyjnego nadawca wprowadza do niego takie elementy, które dają odbiorcy poczucie bezalternatywności, tym samym odbierając odpowiedzialność za ewentualne wybory. [...] Osiągnięcie wspólnego nadawcy i odbiorcy świata i języka, którym się posługują, sytuuje wszystkich, którzy się w nim nie znaleźli, na pozycji obcych. To obcy, czyli właśnie „oni”, osiągają w końcu miano „wrogów”, przeciwników politycznych, ideologicznych i w ich stronę zostają skierowane wszystkie negatywne uczucia. [...] Perswazja eliminuje polemikę. Wartości pozytywne kładzie się zawsze na jednej szali, a negatywne na drugiej, niczego nie zostawiając pośrodku.

BORKOWSKI, 2003: 40—41

Jeśli człowiek codziennie czyta określone teksty, można przypuszczać, że dokona pod ich wpływem wyboru, który będzie uznawać za swój; nie zorientuje się, że podlega manipulacji.

Banalny przykład z rozmowy dwóch znajomych:

— Moja żona jest taka niechlujna i nieporządna! Ja jej cały czas o tym mówię, ale z każdym rokiem jest coraz gorzej i gorzej.

Na co drugi mu odpowiada:

— A moja taka mądra i wspaniała gospodyni! Z każdym rokiem jest coraz lepiej i lepiej! Ja jej też ciągle o tym mówię.

³ Tekst z filmu zamieszczonego na stronie: <http://www.youtube.com/watch?v=Kad50fMbRLM> [data dostępu: 23.10.2013].

Żony pod wpływem swoich mężów stają się takie, jak głoszą męzowskie komentarze.

Dość często politycy posługują się eufemizmami, czyniąc z nich narzędzie manipulacyjne. Chodzi o łagodzenie niektórych słów i wyrażeń w celu wprowadzenia w błąd i fałszowania rzeczywistości. Na przykład użycie wyrażenia „bardziej rygorystyczne metody przesłuchań” zamiast słowa „tortury” itp. Nie „niestacjonarny punkt tymczasowego utrzymania nielegalnych imigrantów”, lecz „obóz” (КЛЕМПЕРЕР, 2013). Brak demokracji ukrywa się przymiotnikiem „ludowa” lub „suwerenna”. W rezultacie można wyjaśnić, dlaczego na Zachodzie po wyborach władza się zmienia, na Wschodzie pozostaje ta sama. „Lud” zamienia się na „elektorat”. I jeśli narodem nie wolno manipulować, to jakimś abstrakcyjnym elektoratem jest to całkiem możliwe, mianowicie transformuje się elektorat w „agresywnie-pośluszną większość”. Manipulowanie będzie nawet potrzebne — dla jego własnego dobra. Na Ukrainie urzędnicy sami decydują o tym, kto ma być deputowanym — to się nazywa „partią władzy”. W sąsiedniej Rosji zaś w tandemie władza — relacja wygląda równie ciekawie. Opozycja jest tam potrzebna nie po to, by kontrolować, ale by dać fałszywy obraz walki, bo demokracja..., a w systemie demokratycznym powinna być opozycja. Zdrada towarzyszy broni w języku polityki zamienia się w „pragmatyzm”, donos — w „analityczną notatkę”, mianowanie urzędników — w „nabywanie uprawnień”. Interesy biurokratów są wymieniane na „interesy państwa”⁴.

Najchętniej stosowane techniki manipulacji w polityce współczesnej Ukrainy to nadanie etykiety. Etykiety w ukraińskim dyskursie medialnym używane są powszechnie i na różne sposoby. Za pomocą tej nietrudnej manipulacji narzuca się swój stosunek do tego problemu, z góry zaprogramowany na określony wynik. Najciekawsze jest to, że po etykietce już żadne dowody nie są potrzebne, por.

Mogą to być obraźliwe epitety, metafory, nazwy, które są charakterystyczne dla tego czy innego kandydata na prezydenta, powodują emocjonalnie negatywny stosunek do niego otaczających go ludzi. O Wiktorze Janukowiczu: zek [skrót, który oznacza człowieka, który siedział w więzieniu; sens tego określenia bardzo negatywny — J.O.], Bandjukowić [połączenie nazwiska i słowa „banda” — J.O.], premier/prezydent — szaposznik [aluzja do jego przeszłości karnej — J.O.], proFFesor [odwołanie do rozpowszechnionego w 2004 w mediach formularza, wypełnionego przez Janukowycza z błędem — J.O.]; Wiktor Juszczenko: „3-odsetkowy” prezydent, „kefirowy” ranking prezydenta [odwołanie do 2,5–3% w rankingu według badań opinii publicznej w 2009 roku — J.O.], „pszczelarz” [aluzja do pasji prezydenta — J.O.].

Кудрявцева, 2010

⁴ Политики используют в общении с народом слова, навязывающие человеку их позиции. <http://newsru.com/russia/03nov2006/slova.html> [data dostępu: 23.10.2013].

W okresie wyborów parlamentarnych w kampaniach wyborczych używano głównie nazwy kierunków politycznych, partii, ideologii, społecznych zjawisk: „antyukraińska polityka”, „rosyjsko-sowiecka partia”, „dzieci Kuczmy”, „partia donieckich bandytów”, „donieckie bandiuki”, „donieckie”, „promoskiewscy politycy”, „agenci Kremla”, „pomarańczowi”, „gazowa księżniczka” (o Julii Tymoszenko), „Królik Senia” (Arsenij Jaceniuk), „kochani przyjaciele” (o towarzyszu broni Juszczenki i całości przedstawicieli opozycji) itd. (КУДРЯВЦЕВА, 2010).

Mówiąc o związku władza — opozycja, to opozycja jest tą samą władzą, po zmianie rządów. Słowo „faszysta” ma bardzo mocną negatywną konotację. Ze słowem „ukrainofob” jest trochę inna sytuacja. Wydaje się, że, nazywając przeciwnika ukrainofobem, polityk ostatecznie kończy dyskusję.

„Ręka Moskwy”, „sowok”, „krwawa gebnya”... „nacionalista” i „kagibista”. Podobny odbiór manipulacyjny ma jednostronne podawanie informacji. Używanie uogólnienia przez polityków to praktyka nie tylko jednego roku czy dwóch lat. Na przykład prezydent jednego z miast Ukrainy podczas swoich wystąpień w programach telewizyjnych, na różnych zebraniach i naradach zawsze mówi: „Mieszkańcy miasta N chcą...”. Ile jednak jest prawdy w tym twierdzeniu? Przecież zawsze znajdą się ludzie, którzy są przeciw tej czy innej decyzji. Jeśli „ZA” była większość, to prawdą jest, że: „Większość mieszkańców miasta N uważa...”. Tu ważną rolę odgrywa psychologia polityki i retoryka. „My, mieszkańcy miasta N chcemy, żeby na tym miejscu był zbudowany wielopiętrowy budynek”. Po pierwsze, używając zaimka „my”, polityk utożsamia się z mieszkańcami miasta i w ten sposób buduje więź z tymi ludźmi: ‘ja jestem taki sam jak i wy, i my wszystko robimy razem’. Po drugie, to nie ja tak chcę, polityk tak chce, a my razem z wami, czyli ważny jest odpowiednio psychologiczny podział odpowiedzialności. No i po trzecie, ‘ja radziłem się każdego mieszkańca i wspólnie zdecydowaliśmy’.

„Ukraińcy są za polityczną reformą, lecz przeciw dwuizbowemu parlamentowi”. To było bezustannie powtarzane w wiadomościach większości centralnych kanałów telewizyjnych, kiedy prezydent Leonid Kuczma w swoim czasie chciał zmienić konstytucję, a znajdujące się pod kontrolą media stwarzały odpowiednią „opinię publiczną” (КУЛЯС, МАКАРЕНКО, 2006: 39). Przywołajmy inny przykład z odległej przeszłości ZSSR: „Radziecki naród, wszyscy jak jeden, podtrzymują/potępiają...”. Ogranicza się więc opinię wielu osób. One są po prostu wykluczane. Podobne przykłady wykorzystuje się zawsze i wszędzie. To nie zależy od kraju czy politycznych sił. „My Polacy tak mamy...” — to reklama sklepów sieci Biedronka⁵, która wisi już od dłuższego czasu na billboardach w Polsce. Rodzi się pytanie: czy jest to rodzaj manipulacji? Tak. Reklamodawcy nazywają ten typ

⁵ Zdjęcie zamieszczone na stronie: http://www.hurtidet.pl/article/art_id,9372-/my-pola-cy-tak-mamy/ [data dostępu: 23.10.2013]; <http://www.galeriehandlowe.pl/go.live.php/PL-H861/aktualnosci-b2b/SMTQ0NTg%3D/my-polacy-tak-mamy-%E2%80%93-przekonuje-siec-biedronka-w-nowej-kampanii.html> [data dostępu: 23.10.2013].

manipulacji chwytem marketingowym. Podobna manipulacja prawdopodobnie mało komukolwiek może zaszkodzić, lecz warto zaznaczyć, że niewinna manipulacja nie istnieje.

W warunkach kryzysu władzy mieszkańcy Ukrainy coraz częściej zwracają się do mediów jako do źródła nie tylko informacyjnego, ale i dla komfortu psychicznego. Z kolei media otrzymały niepowtarzalną szansę — mieć bezprecedensowy wpływ na faktycznie bezbronnych wobec nich obywateli.

Кудрявцева, 2010

Talk-show jako program telewizyjny przestał być świadectwem demokracji, lecz posłużył za narzędzie manipulacji i zwykłej politycznej reklamy. Na przykład mamy dwa najbardziej znane show polityczne na Ukrainie: *Szuster-Live* i *Wielka polityka z Jewgienijem Kiselowym*. Wspomniane talk-show są do siebie dość podobne. Rozmowa w studiu o najbardziej aktualnych społeczno-politycznych problemach Ukrainy odbywa się na żywo z przedstawicielami parlamentu, kancelarii prezydenta, rady ministrów, kierownikami różnych instytucji, przewodniczącymi partii politycznych, socjologami, ekspertami politycznymi, dziennikarzami itp. Na tle dyskusji o ważnych sprawach dla Ukrainy i Ukraińców słyszymy relaksacyjną muzykę. I niby już wszystkie pytania nie są takie agresywne, gdy omawiane są przy spokojnej muzyce fortepianu. Te zabiegi można nazwać metodą relaksującą, bo rozmowa na tle muzyki łagodzi (program polityczny *Wielka polityka z Jewgieniem Kisielowym*)⁶. Można nawet porozmawiać na temat Julii Tymoszenko (premier Ukrainy od 18.12.2007 roku do 11.03.2010 roku) bez Julii Tymoszenko. Na przykład show *Szuster-Live*, w którym o tym, co czeka na Julię Tymoszenko, rozmawiały bez premier-minister⁷, (emisja od 17.02.2010 roku).

W praktyce, za mikrofonem w studiu opozycjonista, który relacjonuje wydarzenia społecznie ważne. Z kolei widz patrzy na uśmiechniętych zaproszonych polityków, odgrywających role politycznych błaznów, czyli, gdzie trzeba się śmiać, a gdzie krzyczeć, kiedy sytuacja tego wymaga⁸. Ostatecznie w pamięci pozostaje nie sens wystąpienia, lecz emocje, przywiązane do wizualizacji. Ta technika wywiera bardzo silny wpływ na psychikę człowieka. Naukowo określana jako kotwica. Żeby dobrze zrozumieć, kto jest kim, widz otrzymuje podpowiedź — wskaźnik rankingu. Jeśli na wskaźniku liczba jest bliska maksymalnej wartości, to mówiący zajmuje pozycję „króla”. Wspiera go audytorium, lubi go, zgadza

⁶ Program polityczny *Wielka polityka z Jewgienijem Kisielowym* (nagrany 28.10.2011). Kadr z filmu zamieszczonego na stronie: <https://www.youtube.com/watch?v=OzkdhztiDuc> [data dostępu: 25.10.2013]. Program polityczny *Wielka polityka z Jewgienijem Kisielowym* był transmitowany na kanale telewizyjnym Inter od września 2009 roku do grudnia 2012 roku.

⁷ <http://3s.tv/projects/021e1e31-8c15-46d5-ab7b-35c3d1a9c0a3/programs/?page=27> [data dostępu: 25.10.2013].

⁸ Show polityczne *Szuster-Live*. Kadr z filmu zamieszczonego na stronie: <http://www.youtube.com/watch?v=jltN8vPV7cc> [data dostępu: 25.10.2013].

się z nim. Jeśli ocena jest poniżej 30%—40%, to dla mówcy czas na „polityczną emeryturę”. I tutaj głównym zadaniem moderatora jest, by dopilnować, aby nie najlepszy wynik mógł zniknąć z ekranu. Na przykład afera z wystąpieniem w show premiera Mykoły Azarowa (premier Ukrainy od 11.03.2010 roku do 28.01.2014 roku). Otóż podczas wypowiedzi Azarowa prezydent programu Sawik Szuster, myśląc, że go nie słyhać, poprosił, żeby pracownicy wyłączyli ranking, ponieważ ten ranking wykazywał 16% wspierających Azarowa w studiu⁹. Jak widzimy, można łatwo manipulować podziałką „termometru”.

Manipulacja może również polegać na tym, że gdy polityk nie zna odpowiedzi albo nie chce odpowiadać, zawsze można nagle „przejszć na reklamę”, a przed tym przeprosić za przerwę, bo to są zobowiązania wobec reklamodawców. Aby ważny temat podlegał dewaluacji, wystarczy jedynie zaprosić do studia awanturników i demagogów. Po sprowokowanej aferze oni szybko odejdą od tematu i następnego dnia we wszystkich wydaniach będą pisać i mówić tylko o aferze bezpośrednio podczas emisji, a nie o pilnych problemach państwa¹⁰.

Zwykle polityczne talk-show transmituje się w godzinach wieczornych. Nic nie kosztuje, by najważniejszy i gorący temat umieścić na końcu programu, kiedy widzowie idą spać, a audytorium w studiu liczy minuty do końca emisji, która trwa średnio ponad dwie godziny. Żeby publiczność nie zastanawiała się nad problemami politycznymi i ekonomicznymi, zawsze można ją szokować. Na przykład żona adwokata Julii Tymoszenko, która przysłała do studia, żeby wymóc alimenty na byłym mężu¹¹, albo aktywistka FEMEN, która nagle pojawiła się, wyłącznie żeby zrobić awanturę¹². Tak zbudowany informacyjny porządek obrad ma odciągać uwagę od naprawę ważnych faktów i wydarzeń. Oprócz zaskoczenia i szoku w studiu można przełączyć się na zupełnie inny temat. Na przykład zamiast dyskusji na temat deficytu budżetowego i problemów z emeryturą można porozmawiać o problemach języka rosyjskiego na Ukrainie i o tym, jak będziemy w tym roku świętować 9 maja.

Na zakończenie programu widzimy, jak przeciwnicy — gotowi zabić jeden drugiego jeszcze pięć minut temu — synchronicznie klaszczą w dłonie, radośni i uśmiechnięci śpiewają razem z zaproszoną gwiazdą¹³. W tym momencie

⁹ Show polityczne *Szuster-Live*. Kadr z filmu zamieszczonego na stronie: <http://www.youtube.com/watch?v=eamjUB7UhzY>, [data dostępu: 25.10.2013].

¹⁰ Show polityczne *Szuster-Live*. Kadr z filmu zamieszczonego na stronie: <http://my.mail.ru/video/mail/crystall-26/4278/6806.html> [data dostępu: 25.10.2013].

¹¹ Show polityczne *Szuster-Live*. Kadr z filmu zamieszczonego na stronie: <https://www.youtube.com/watch?v=ZZQpsBgtmNw> [data dostępu: 25.10.2013].

¹² Show polityczne *Szuster-Live*. Kadr z filmu zamieszczonego na stronie: <https://www.youtube.com/watch?v=3EyCVHtcw2g> [data dostępu: 25.10.2013].

¹³ Show polityczne *Szuster-Live*. Kadr z filmu zamieszczonego na stronie: <http://www.youtube.com/watch?v=Uvp02kEpS0> [data dostępu: 25.10.2013]; Show polityczne *Szuster-Live*. Kadr z filmu zamieszczonego na stronie: <https://www.youtube.com/watch?v=Lq5oyh2H7ZA> [data dostępu: 25.10.2013]; Show polityczne *Szuster-Live*. Kadr z filmu zamieszczonego na stronie: <http://www.youtube.com/watch?v=1XrBj7i-Xd0> [data dostępu: 25.10.2013].

zaciera się obraz wroga, przyjaciela. I już nikt nie będzie pamiętał, o co gorąco spierali się politycy, jakie problemy są rozpatrywane i dlaczego opozycja wzywała wszystkich, by wyjść na Majdan.

Rada społeczna¹⁴ wykryła manipulacje w programie Schustera na kanale telewizyjnym Inter — taka informacja ukazała się wiosną 2013 roku. Zgodnie z konkluzjami Międzynarodowego Funduszu „Возрождение” (monitorowanie informacyjnego nadawania kanału telewizyjnego Inter trwało od grudnia 2012 do marca 2013 roku):

„Szuster-Live manipuluje zbiorem tematów i składem zaproszonych uczestników. Ważne tematy polityczne zastępuje się innymi znaczącymi pytaniami, ale znacznie mniej ostrymi. Na przykład, 15 marca o głównym wydarzeniu politycznym z poprzednich dwóch tygodni (blokowanie parlamentu) dyskutowali na koniec programu” — mówią eksperci. „Ponadto, prowadzący nie zaprasza ekspertów społecznych, nie zwraca uwagi na argumentację niezależnych analityków i znanych przedstawicieli dziennikarstwa, pracujących w zakresie śledztwa dziennikarskiego” — prezes Międzynarodowego Funduszu „Возрождение” Jewgienij Bystriskij¹⁵.

Być może nawet tego nie zauważając, dziennikarze chętnie podchwytyją wiadomości w rodzaju „złotych sedesów” w pałacu prezydenckim i strojów polityków, a opozycja mówi o języku i europejskim wektorze. Oczywiście, w tym strumieniu informacji bardzo trudno oddzielić próbę dezinformacji od próby manipulacji. Zobaczyć prawdziwy obraz tego, co dzieje się przez zasłonę fałszu, może pomóc tylko logika i myślenie krytyczne.

Jak zauważa Konrad Lorenc, jesteśmy już tak przyzwyczajeni do metod propagandy rozpowszechnionych w naszym społeczeństwie, że wyrobiliśmy w sobie niebezpieczną tolerancję wobec pustych obietnic i innych zinstytucjonalizowanych form kłamstwa. Podejmowane są jednak próby, aby nauczyć wyborców obrony przed praktykami „fałszywych idoli”.

CWALINA, FALKOWSKI, 2006: 589

Jeśli człowiek nie nauczy się rozumieć mechanizmów perswazji, to następnym razem uwierzy konstatacjom typu: międzynarodowi eksperci jeszcze za czasów Cyncerona potępiali totalitarny reżim estońskich patriotów.

¹⁴ 10.12.2012 roku podpisano Memorandum o stworzeniu niezależnej społecznej rady kanału telewizyjnego Inter. Jest to kontynuacja inicjatywy „Otwarte wiadomości dla uczciwych wyborów”, którą zaczął Międzynarodowy Fundusz „Возрождение” wcześniej.

Cele Rady Społecznej między innymi są następujące: niezależny monitoring i ocena dotrzymywania podstawowych standardów dziennikarstwa; przestrzeganie standardów dziennikarstwa i etyki; zabezpieczenie informacji na temat ważnych inicjatyw społecznych.

¹⁵ *Общественный совет «Интера»: Шустер манипулирует подборкой тем.* <http://www.pravda.com.ua/rus/news/2013/04/9/6987721> [data dostępu: 01.03.2015].

Literatura

- BORKOWSKI I., 2003: *Świt wolnego słowa. Język propagandy politycznej 1981—1995*. Wrocław.
- CWALINA, FALKOWSKI A., 2006: *Marketing polityczny: perspektywa psychologiczna*. Gdańsk.
- CYCERON, 1960: *Mowy wybrane*. Przeł. i oprac. J. MRUKÓWNA, D. TURKOWSKA, przedmową poprzedził K. KUMANIECKI. Warszawa.
- КАРА-МУРЗА С., 2000: *Манипуляция сознанием* <http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul3.htm> [data dostępu: 30.04.2013].
- КЛЕМПЕРЕР В., 2013: *LTI. Язык Третьего рейха. Записная книжка филолога*. <http://grani.ru/blogs/funnycouple/entries/217763.html> [data dostępu: 25.10.].
- КУДРЯВЦЕВА Л., 2010: *Массмедийный политический дискурс Украины: особенности «послемайданного» периода* <http://russian.kiev.ua/material.php?id=11604806> [data dostępu: 23.10.2013].
- КУЛЯС И., МАКАРЕНКО О., 2006: *Ефективне виробництво теленовін: стандарти інформаційного мовлення. Професійна етика журналіста-інформаційника*. Київ.

Julia Ostapenko

Manipulation in the political discourse

Summary

Majority of societies irrespective of the nationality, he is having difficulty with effecting the policy choices, if self-interests are a point of reference. The low political culture, the lack of the ability of reflection over the policy choices and his consequences in the future — foundation of the manipulation of politicians.

In a contemporary political discourse all strategies have the same purpose: to exert influence on the recipient, to convince him for making a suggested decision, appropriate for subject in accordance with given political activity. An also sure swap of notions distorting the truth is being watched. According to the following format: managing the awareness and keeping the man = keeping the power. A place is the rough swap of obvious reality for appropriate reality, but the man which they are manipulating believe that everything is a history oneself of course.

In order to talk about the political success, the politician must become a myth or a legend. Not a specific person, but a myth of this man are winning an election, specialists in the packaging so usually claim. But who and what is creating this myth up to? Well most important — in what way oneself effectively to have an influence on an awareness of the man? With which television is playing a role in this manipulation, in it especially political talk-show? Whether it is possible, that programs of this type can strain or destroy, it is at least an image

of the politician to remove? And in a way are these programs cheating the subconscious of the spectator?

Labels, “anchors” and euphemisms, value judgments, a dehumanization are some means being used for a diversion from relevant facts and events. Revealing manual character in a political discourse constitutes the purpose of this paper.

We will analyse basic techniques of manual technologies in the discourse based on promises of political parties directed at potential electors. After all we will try to find the answer to a question what actually is the underlying reason for a preference of the electorate?